



## Силабус навчальної дисципліни «Маркетингова аналітика»

Спеціальність	075 «Маркетинг»
Освітня програма	Маркетинг
Освітній рівень	Другий (магістерський) рівень вищої освіти
Статус дисципліни	Обов'язкова
Мова викладання	Українська
Курс / семестр	1 курс, 2 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	5 кредитів
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції – 20 год. Практичні (семінарські) – 10 год. Лабораторні – 10 год. Самостійна робота – 110 год.
Форма підсумкового контролю	Екзамен
Кафедра	Маркетингу м. Харків, просп. Науки 9а, 1 корпус, 4 пов., кімн. 413, +38 (057) 702-02-65 (366), <a href="http://www.dom.hneu.edu.ua/">http://www.dom.hneu.edu.ua/</a>
Викладач (-і)	Ус Марина Ігорівна, к.е.н., доцент
Контактна інформація викладача (-ів)	marinaus_@ukr.net, maryna.us@hneu.net
Дні занять	Лекція: : <u><a href="#">згідно діючого розкладу</a></u> Практичні та лабораторні заняття: <u><a href="#">згідно діючого розкладу</a></u>
Консультації	На кафедрі маркетингу, очні відповідно до графіку консультацій; індивідуальні; дистанційні через чат ПНС та чат telegram

**Мета** навчальної дисципліни: формування системи компетентностей щодо здійснення маркетингового аналізу та використання маркетингового аналітичного інструментарію з метою побудову маркетингової стратегії, прогнозування на основі аналізу даних і проведення сучасних маркетингових досліджень з використанням їх результатів для ухвалення доцільних й ефективних маркетингових та управлінських рішень

### Передумови для навчання

#### Структурно-логічна схема вивчення навчальної дисципліни

Пререквізити	Постреквізити
Методологія наукових досліджень	Комплексний тренінг: розробка креативних проєктів та розвиток SOFT SKILLS в маркетингу (англійською мовою)
Стратегічний маркетинг	Переддипломна практика
Бізнес-планування в маркетинговій діяльності	Дипломна робота

### Зміст навчальної дисципліни

**Змістовий модуль 1** *Сутність та методичні основи маркетингової аналітики*  
**Тема 1.** Сутність та напрямки маркетингової аналітики



**Тема 2. Складники маркетингового аналізу**

**Тема 3. Аналіз ринку та конкурентів**

**Тема 4. Організація сучасних маркетингових досліджень**

**Змістовий модуль 2 Прикладні аспекти маркетингової аналітики**

**Тема 5. Управління маркетингом на основі даних**

**Тема 6. Аналіз даних рекламних кампаній**

**Тема 7. Візуалізація даних в маркетинговій аналітиці**

**Тема 8. Інтерпретація результатів маркетингового аналізу**

**Матеріально-технічне (програмне) забезпечення дисципліни**

*Мультимедійний проектор, ПНС ХНЕУ ім.С.Кузнеця, ZOOM*

#### **Система оцінювання результатів навчання**

Університет використовує 100 бальну накопичувальну систему оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти.

Поточний контроль здійснюється під час проведення лекційних, практичних та лабораторних занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти до виконання конкретної роботи і оцінюється сумою набраних балів.

Максимально можлива кількість балів за поточний контроль впродовж семестру для дисципліни форма контролю якої екзамен – 60 та мінімально можлива кількість балів, що дозволяє здобувачу вищої освіти скласти екзамен (іспит) – 35 балів.

Поточний контроль включає наступні контрольні заходи: завдання за темами, навчально-дослідне завдання, дискусія, мультимедійна презентація, поточна контрольна робота, комплексний модульний контроль у формі колоквиуму.

Підсумковий контроль включає семестровий контроль та атестацію здобувача вищої освіти. Семестровий контроль проводиться у формі семестрового екзамену (іспиту). Складання семестрового екзамену здійснюється під час екзаменаційної сесії. Максимальна сума балів, яку може отримати здобувач вищої освіти під час екзамену (іспиту) – 40 балів. Мінімальна сума, за якою екзамен (іспит) вважається складеним – 25 балів.

***Більш детальна інформація щодо системи оцінювання та накопичення балів з навчальної дисципліни наведена у робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.***

#### **Політики навчальної дисципліни**

Викладання навчальної дисципліни ґрунтується на засадах академічної доброчесності. Порушеннями академічної доброчесності вважаються: академічний плагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман, хабарництво, необ'єктивне оцінювання. За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти притягуються до такої академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання відповідного виду навчальної роботи.

***Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм та методів оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни.***